

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN HAK CIPTA .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	 <b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka .....	9
2.1.1 Konsep Pariwisata .....	9
2.1.2 Konsep Destinasi Pariwisata .....	11
2.1.3 Konsep Pemasaran Pariwisata .....	12
2.1.4 Konsep Pemasaran Destinasi.....	13
2.1.5 <i>Culture Event</i> dalam <i>Marketing Communication Mix</i> .....	16
2.1.5.1 <i>Marketing Communication Mix</i> .....	16
2.1.5.2 Konsep <i>Special Event</i> .....	17
2.1.5.3 Konsep <i>Culture Event</i> .....	20
2.1.5.4 Dimensi <i>Culture Event</i> .....	22
2.1.6 Konsep Citra Destinasi dalam Pemasaran Destinasi.....	23
2.1.6.1 Definisi Citra Destinasi.....	23

2.1.6.2 Dimensi Citra Destinasi .....	24
2.1.7 Pengaruh <i>Culture Event</i> terhadap Citra Destinasi.....	26
2.1.8 Orisinalitas Penelitian .....	27
2.2. Kerangka Pemikiran.....	28
2.3 Hipotesis .....	31
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Objek Penelitian .....	32
3.2 Metodologi Penelitian .....	32
3.2.1 Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	32
3.2.2 Operasionalisasi Variabel.....	33
3.2.3 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampel.....	39
3.2.4.1 Populasi.....	39
3.2.4.2 Sampel .....	39
3.2.4.3 Teknik Sampel.....	40
3.2.5 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
3.2.6.1 Hasil Pengujian Validitas .....	42
3.2.6.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	46
3.3 Teknik Analisis .....	48
3.3.1 Rancangan Analisis Data .....	48
3.3.1.1 Rancangan Analisis Data Deskriptif.....	48
3.3.1.2 Rancangan Analisis Data Verifikatif.....	48
3.3.1.3 Analisis Regresi Berganda.....	49
3.3.2 Pengujian Hipotesis.....	52
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>54</b>
4.1 Profil Provinsi Bengkulu dan Profil Wisatawan Anjungan Bengkulu TMII Jakarta.....	54
4.1.1 Profil Provinsi Bengkulu .....	54
4.1.1.1 Identitas Provinsi Bengkulu .....	54
4.1.1.2 Sejarah dan Kebudayaan Bengkulu .....	55

4.1.1.3 Pariwisata Provinsi Bengkulu .....	57
4.1.1.4 Sarana Penunjang .....	58
4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Wisatawan Pengunjung <i>Culture Event</i> Anjungan Bengkulu TMII .....	58
4.1.2.1 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	58
4.1.2.2 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan.....	60
4.1.2.3 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Domisili dan Penghasilan .....	61
4.1.3 Pengalaman Wisatawan Pengunjung <i>Culture Event</i> Anjungan Bengkulu TMII .....	62
4.1.3.1 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Anjungan Bengkulu TMII.....	62
4.1.3.2 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Bersama Siapa Mengunjungi Anjungan Bengkulu TMII .....	63
4.1.3.3 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung ..	64
4.1.3.4 Pengalaman Wisatawan Melihat <i>Event</i> Sejenis .....	65
4.1.3.5 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Kemenarikan Anjungan Bengkulu TMII.....	66
4.1.3.6 Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Waktu Menyaksikan <i>Culture Event</i> di Anjungan Bengkulu TMII .....	67
4.2 Pelaksanaan <i>Culture Event</i> di Anjungan Bengkulu TMII.....	68
4.2.1 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Spectacularisation</i> .....	68
4.2.2 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Theme</i> .....	70
4.2.3 Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Participation and Immersion</i> .....	71
4.2.4 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Culture Event</i> di Anjungan Bengkulu TMII .....	72
4.3 Citra Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	74
4.3.1 Tanggapan Wisatawan terhadap Citra <i>Cognitive</i> Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	74

4.3.2 Tanggapan Wisatawan terhadap Citra <i>Affective</i> Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	76
4.3.3 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap Citra Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	77
4.4 Pengaruh <i>Culture Event</i> di Anjungan Bengkulu TMII terhadap Citra Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	80
4.4.1 Hasil Uji Asumsi Regresi .....	80
4.4.1.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas .....	80
4.4.1.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	82
4.4.1.3 Hasil Pengujian Asumsi Linearitas .....	83
4.4.1.4 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi .....	84
4.4.1.5 Hasil Pengujian Multikolinearitas .....	84
4.4.1.6 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Culture Event</i> terhadap Citra Destinasi .....	85
4.4.2 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisien Determinasi .....	86
4.4.3 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) .....	87
4.4.4 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji t) .....	88
4.5 Implikasi Hasil Temuan Penelitian .....	90
4.5.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik .....	90
4.5.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik .....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI .....</b>	<b>92</b>
5.1 Kesimpulan .....	92
5.2 Rekomendasi .....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xviii</b>
<b>Lampiran-lampiran</b>	
<b>Riwayat Hidup</b>	

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.1	Implementasi <i>Culture Event</i> yang Dilakukan Anjungan Bengkulu TMII .....	6
2.1	Definisi <i>Special Event</i> Menurut Beberapa Ahli .....	17
2.2	Dampak Positif dan Negatif Event .....	18
2.3	Definisi <i>Culture Event</i> Menurut Beberapa Ahli .....	22
2.4	Dimensi <i>Culture Event</i> Menurut Beberapa Ahli .....	22
2.5	Definisi Citra Destinasi Menurut Beberapa Ahli .....	24
2.5	Orisinalitas Penelitian.....	27
3.1	Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	34
3.2	Jenis dan Sumber Data .....	38
3.3	Hasil Pengujian Validitas .....	44
3.4	Hasil Pengujian Reliabilitas .....	47
3.5	Intepretasi Koefisien Korelasi .....	52
4.1	Jumlah Kota/Kabupaten Provinsi Bengkulu .....	54
4.2	Kesenian Khas Bengkulu .....	56
4.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia.....	58
4.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan.....	60
4.5	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Domisili dan Penghasilan Per Bulan.....	61
4.6	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Anjungan Bengkulu.....	62
4.7	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Bersama Siapa Berkunjung ke Anjungan Bengkulu .....	63
4.8	Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung.....	64
4.9	Pengalaman Wisatawan Melihat <i>Event</i> Sejenis.....	65
4.10	Pengalaman Wisatawan Kemenarikan Anjungan Bengkulu TMII .....	66
4.11	Pengalaman Pengunjung Berdasarkan Waktu Menyaksikan <i>Event</i> .....	67
4.12	Tanggapan Wisatawan Anjungan Bengkulu TMII	

	terhadap <i>Spectacularisation</i> .....	69
4.13	Tanggapan Wisatawan Anjungan Bengkulu TMII terhadap <i>Theme</i> ....	70
4.14	Tanggapan Wisatawan Anjungan Bengkulu TMII terhadap <i>Participation and Immersion</i> .....	71
4.15	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Culture Event</i> di Anjungan Bengkulu TMII .....	72
4.16	Tanggapan Wisatawan Anjungan Bengkulu TMII terhadap <i>Citra Cognitive</i> Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu.....	75
4.17	Tanggapan Wisatawan Anjungan Bengkulu TMII terhadap <i>Citra</i> <i>Affective</i> Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	76
4.18	Rekapitulasi Hasil Tanggapan Wisatawan terhadap <i>Citra</i> Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	77
4.19	Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogorov- Smirnov .....	81
4.20	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas.....	82
4.21	Hasil Pengujian Asumsi Linearitas .....	83
4.22	Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	84
4.23	Hasil Pengujian Asumsi Multikolinearitas .....	85
4.24	Output Pengaruh <i>Culture Event</i> terhadap <i>Citra</i> Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	86
4.25	Output Anova .....	87
4.26	Hasil Uji t Menggunakan SPSS .....	88

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.1	Logo Pariwisata Provinsi Bengkulu .....	2
1.2	Diagram Citra Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	3
1.3	<i>Review</i> Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu .....	4
2.1	Proses <i>Destination Marketing</i> .....	14
2.2	<i>Marketing Communication Mix</i> .....	17
2.3	Kategori <i>Special Event</i> .....	21
2.4	Paradigma Penelitian Pengaruh <i>Culture Event</i> terhadap Citra Destinasi	27
2.5	Kerangka Pemikiran Pengaruh <i>Culture Event</i> terhadap Citra Destinasi	30
3.1	Regresi Linear Berganda .....	50
4.1	Logo Provinsi Bengkulu .....	54
4.2	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	59
4.3	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pekerjaan dan Pendidikan .....	61
4.4	Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Domisili dan Penghasilan Per Bulan.....	62
4.5	Data Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Berkunjung ke Anjungan Bengkulu TMII.....	63
4.6	Data Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Bersama Siapa Wisatawan Berkunjung ke Anjungan Bengkulu TMII .....	64
4.7	Data Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Tujuan Berkunjung ke Anjungan Bengkulu TMII .....	65
4.8	Data Pengalaman Wisatawan Melihat <i>Event</i> Sejenis .....	66
4.9	Data Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Kemenarikan Anjungan Bengkulu TMII .....	67
4.10	Data Pengalaman Wisatawan Berdasarkan Waktu Menyaksikan <i>Event</i>	68
4.11	Variabel <i>Culture Event</i> Pada Garis Kontinum.....	73
4.12	Variabel Citra Destinasi Pada Garis Kontinum.....	78
4.13	<i>Histogram Dependent</i> Variabel Citra Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu.....	80
4.14	<i>Normal Probability Plot</i> .....	81
4.15	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Hasil Uji Validitas
Lampiran 3	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 4	<i>Coding</i> Karakteristik Responden
Lampiran 5	<i>Coding</i> Pengalaman Responden
Lampiran 6	<i>Coding Culture Event</i>
Lampiran 7	<i>Coding MSI Culture Event</i>
Lampiran 8	<i>Coding</i> Citra Destinasi
Lampiran 9	<i>Coding</i> MSI Citra Destinasi
Lampiran 10	Hasil Output SPSS
Lampiran 11	Lembar Progress Bimbingan
Lampiran 12	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 13	<i>Curriculum Vitae</i>



## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Ali, H. (2008). *Marketing*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Reneka Cipta.
- Berenson, M.L et.al. (2012). *Basic Business Statistics Concept and Application 12<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Budi, T.P. (2005). *SPSS 13 Terapan Riset Statistik Parametrik*. Yogyakarta: Andi.
- Cooper, D.R & .Schindler, P.S. (2006). *Bussines Research Methods, 9th edition*. New York: McGraw-Hill.
- Gelgel, I.P. (2006). *Industri Pariwisata Indonesia Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa (GATS-WTO)*. Bandung: Refika Aditama
- Gravetter, F.J & Forzano, L.B. (2012). *Research Methods for The Behavioral Sciences*. Canada: Wadsworth Cengage Learning
- Keegan, W.J. (2005). *Global Marketing 4th Editon International Edition*. USA: Prentice Hall
- Kennedy, J.E dan Soemanagara, R.D. (2006). *Marketing Communications, Taktik dan Strategi*. Jakarta : PT Bhuna Ilmu Populer.
- Kotler, P & Amstrong, G. (2008). *Principles of Marketing 11<sup>th</sup> Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P Et all., (2012). *Marketing Management. 14<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Prentice Hall, Pearson Education.
- Kotler, P dan Keller, L.K. (2016). *Marketing Management. 15<sup>th</sup> Global Edition*. New Jersey : Prentice Hall, Pearson Education.
- Lary, P. (2008). *Strategic Integrated Marketing Communication Theory and practice. First edition. Typeset by Charon Tec Ltd (A Macmillan Company), India: Chennai*
- Lovelock, C & Wirtz, J. (2011). *Services Marketing. 7<sup>th</sup> Edition*. New Jersey : Prentice Hall, Pearson Education.
- Malhotra, N.K. (2009). *Riset Pemasaran Edisi keempat Jilid 1*. Jakarta: PT Indeks

- Mathis, R.L & Jackson, J.H. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Pertama*. Jakarta: Salemba Empat
- Noor, A. (2013). *Manajemen Event. Edisi Revisi*. Bandung: Alfabeta.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Pike, S.D. (2008). *Destination Marketing: An Integrated Marketing Communication Approach*. Butterworth-Heinemann, Burlington, MA.
- Pitana, I.G & Gayatri, P.G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Rangkuti, F. (2011). *Riset Pemasaran. Cetakan ke 10*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Riduwan. (2010). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung : Alfabeta.
- Sekaran, U & Roger, B. (2013). *Research Methods for Business*. India: Thomson Digital.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sirgy, M.J dan Su, S. (2000). *Destination Image, self congruity and Travel behavior: Toward and Integrative Model*
- Stangor, C. (2011). *Research Method for Behavioral Science*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Tabachnick, B.G. dan Fidell, L.S. (2013). *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson Education.
- Yoeti, O.A. (2013). *Pemasaran Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

#### **Sumber Jurnal:**

- Fitriani, M & Andari, R. 2013. Meningkatkan Keputusan Berkunjung Melalui *Special Event* Di Museum Konperensi Asia Afrika. *Tourism and Hospitality Essentials Journal*, Vol. 3, No. 2, hal. 619-631
- Gelders, D. 2013. City events: Short and Serial Reproduction Effects on The City's Image?. *An International Journal* Vol. 18 No. 1 hal. 110-118
- Fesenmaier, D et al. (2006). Searching for the Future: Challenges Faced by Destination Marketing Organizations. *Journal of Travel Research* 45. 116-127
- Jakovljevic, Marinko. 2010. The Role of Public Relation in Croatia as a Tourist Destination. *Journal Tourism & Hospitality Management 2010, Confrence Proceedings*. Pp. 101-103

Annisa Asri Lestari, 2017

**PENGARUH CULTURE EVENT DI ANJUNGAN BENGKULU TAMAN MINI INDONESIA INDAH JAKARTA TERHADAP CITRA DESTINASI WISATA PROVINSI BENGKULU**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Jennie, J. 2015. Festivalisation of Cultural Production. *6<sup>th</sup> Annual Research Session*, hal 244-255.

Kaur, A, et al. 2015. Destination Image of Indian Tourism Destinations. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics Vol. 28 No. 3, 2016*, hal. 499-524.

Liu, Y.D. 2014. The Impact of Cultural Event on City Image: An Evaluation of The 2008 European Capital of Culture, Liverpool. *Int. J. Leisure and Tourism Marketing, Vol. 4, No. 1*

Rajesh, R. 2013. Impact of Tourist Perceptions, Destination Image and Tourist Satisfaction on Destination Loyalty: A Conceptual Model. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 11 N° 3. Special Issue. págs. 67-78.

Richards, G & Wilson, J. 2004. The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Journal of Urban Studies*, Vol. 41, No. 10, 1931-195.

Sneat, J.Z dan Finney, R.Z. 2008. An IMC Approach To Event Marketing The Effect Of Sponsorship and Experience On Customer Attitude. *Journal Of Advertising Research*.

Sukoco, M.H. 2014. Pengaruh Pemasaran Event Terhadap Citra Merek Minuman Isotonik Mizonedi Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 2 Nomor 3*

### **Sumber Skripsi, Tesis dan Disertasi:**

Bambang, Y.D. 2016. *Pengaruh Destination Image Jepang Terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan Indonesia*. (Skripsi). Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. Universitas Pendidikan Indonesia.

Jago, K.L. 1997. *Special Events And Tourism Behaviour: A Conceptualisation And An Empirical Analysis From A Values Perspective*. (Tesis). Department of Hospitality, Tourism and Marketing Faculty of Business, Victoria University.

Peta, M. 2016. *Special Events As An Innovative Technique For Improving Zimbabwe's Image As A Tourist Destination*. (Skripsi). Department of Hospitality and Tourism Chinhoyi University of Technology.

Soonleitner, K. 2011. *Destinations Image and its effects on marketing and branding a tourist destination: A case study about the Austrian National Tourist Office-with a focus on the market Sweden*. (Disertasi). School of Business Studies Sodertorn University.

Annisa Asri Lestari, 2017

**PENGARUH CULTURE EVENT DI ANJUNGAN BENGKULU TAMAN MINI INDONESIA INDAH JAKARTA TERHADAP CITRA DESTINASI WISATA PROVINSI BENGKULU**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

### **Peraturan Perundangan:**

Undang Undang RI No. 32 Tahun 2004 Tentang Otonomi Daerah

Undang Undang RI No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

Undang Undang RI No. 19 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata

### **Publikasi Departemen atau Pemerintah:**

Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu. (2015). *Data Jumlah Destinasi Wisata Provinsi Bengkulu*. Bengkulu: BPS Provinsi Bengkulu

Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu. (2015). *Data Geografis dan Demografis Provinsi Bengkulu*. Bengkulu: BPS Provinsi Bengkulu

Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu. (2015). *Data Jumlah Wisatawan Provinsi Bengkulu*. Bengkulu: BPS Provinsi Bengkulu

### **Online:**

Admin. (2017). *Persen Jalan Provinsi Bengkulu Rusak Parah*. [Online]. Diakses dari <http://mediaindonesia.com/news/read/95821/80-persen-jalan-provinsi-bengkulu-rusak-parah/2017-03-10>

Badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah. *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah*. Diakses dari: [www.bkpmdbengkuluprov.go.id](http://www.bkpmdbengkuluprov.go.id)

Kementrian Pariwisata. *Pertumbuhan Industri Pariwisata*. Diakses dari: [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id)

Putro, Y.H. (2017). *Yuk, Wisata Berlubang Sebelum Visit Bengkulu 2020*. [Online]. Diakses dari <http://regional.liputan6.com/read/2867250/yuk-wisata-jalan-berlubang-sebelum-visit-bengkulu-years-2020>

Trip Advisor. *Ulasan Pariwisata Bengkulu*. [Forum Online]. Diakses dari: [https://www.tripadvisor.co.id/Attractions-g1472388-Activities-c57-t68-Bengkulu\\_Bengkulu\\_Province\\_Sumatra.html](https://www.tripadvisor.co.id/Attractions-g1472388-Activities-c57-t68-Bengkulu_Bengkulu_Province_Sumatra.html)

Admin. (2017). *Gaungkan Visit Wonderful Bengkulu 2020*. [Online]. Diakses dari: <http://harianrakyatbengkulu.com/ver3/2017/03/27/gaungkan-visit-2020-wonderful-bengkulu/>

Admin. (2017). *Pembinaan Kelompok Sadar Wisata Se Provinsi Bengkulu*. [Online]. Diakses dari: <http://harianrakyatbengkulu.com/ver3/2017/04/10/114493/>

Annisa Asri Lestari, 2017

**PENGARUH CULTURE EVENT DI ANJUNGAN BENGKULU TAMAN MINI INDONESIA INDAH JAKARTA TERHADAP CITRA DESTINASI WISATA PROVINSI BENGKULU**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu